

УДК 316.77:336.747

*Анатолій Мельниченко, кандидат філософських наук, доцент,
Киричок Андрій, магістрант, НУТУ "КП"*

ДО ПИТАННЯ ПРО УДОСКОНАЛЕННЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ СИСТЕМИ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ У СФЕРІ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Анотація: В статті йдеться про проблеми, пов'язані з питанням підготовки кваліфікованих кадрів галузі зв'язків з громадськістю. Піднімається питання про неякісний рівень підготовки цих фахівців на теренах вітчизняної освіти. Також пояснюються причини, які призвели до такої ситуації в вищій освіті. Далі на основі вивченої ситуації, що склалася на освітньому просторі України, пропонуються етапи покращення та удосконалення системи підготовки фахівців галузі зв'язків з громадськістю.

Ключові слова: освіта, система підготовки, PR-освіта, спеціалісти зі зв'язків з громадськістю.

Аннотация: В статье говорится о проблемах, связанных с вопросом подготовки квалифицированных кадров области связей с общественностью. Поднимается вопрос о некачественном уровне подготовки этих специалистов в отечественном образовании. Также объясняются причины, которые привели к такой ситуации в высшем образовании. Далее на основе изученной ситуации на образовательном пространстве Украины, предлагаются этапы улучшения и совершенствования системы подготовки специалистов отрасли связей с общественностью.

Ключевые слова: образование, система подготовки, PR-образование, специалисты по связям с общественностью.

Abstract: This scientific article lays stress on the problems which are connected with preparation of well-qualified specialists in public relations sphere. It raises a question about low-quality level of specialists' preparation in the scope of national education. This scientific article also explains reasons which have led to this

situation in higher education. After analyzing the situation which exists in the educational environment in Ukraine this article describes the steps to improve specialists' preparation system in public relations sphere. It recounts basic functions and skills that public relations specialist should have. Considering a problem of public relations specialists' preparation a historical overview is being done: firstly, as promoters in the historical chronicle of Soviet times, and then as public relations specialists in independent Ukraine. The article gives a bibliographic review of the sources that have been published on this subject. It emphasizes the importance of graduated students' adaptation to their first work place. The attention is paid to the availability of practical component in the educational programs of the universities. There are main problems which are connected with the novelty of public relations specialty in Ukraine and the absence of the most experts' desire to share their knowledge due to the unattractiveness and the lack of profit in teaching within the country. The necessity of scientific activity in the public relations sphere and the need of filling information content by own scientific materials in PR is accentuated. The necessity of financing and development of scientific activity in this sphere is also emphasized and it stresses that only with the presence of own scientific works and well-qualified specialists the discipline of public relations will exist and develop in our country. It stresses about the need of change in the educational programs to more modern and new ones and which will correspond to the international standards of quality of higher education.

Key words: education, system of education, upgrading the educational system, PR-education, Public relations specialist.

Актуальність: Для сучасного українського суспільства характерними є суперечливі соціальні, економічні і, особливо, політичні процеси. На цьому тлі знов постають проблеми ефективного функціонування інформаційного суспільства та економіки знань, а відтак виникає питання активного і раціонального застосування нових інформаційних технологій. Існуючі соціокультурні орієнтири впливають на формування нових напрямків у державній політиці, пов'язаної з визначенням необхідності підготовки фахівців,

покликаних ефективно вирішувати питання врегулювання серйозних проблем і протиріч сучасного українського суспільства. Одним з напрямків розв'язання складних суперечностей суспільного розвитку є формування громадської думки з метою створення в суспільстві атмосфери взаєморозуміння і злагоди. Таке завдання може сьогодні покладатися, зокрема, й на фахівців із зв'язків з громадськістю. Наявна практика діяльності фахівців вказаного профілю свідчить про серйозні недоліки у підготовці, яка в кінцевому рахунку виливається в програші в інформаційних війнах, підвищенні соціальної напруги тощо.

Метою даної розвідки є окреслення основних проблем системи професійної підготовки фахівців зі зв'язків з громадськістю в Україні та узагальнене формулювання критеріїв якості цього процесу.

Об'єкт: вітчизняна система підготовки фахівців зі зв'язків з громадськістю.

Предмет: функціональність та дисфункціональність системи підготовки фахівців зі зв'язків з громадськістю.

Вітчизняна система освіти потребує кардинального переосмислення з усіх точок зору, це стосується підходів до підготовки кадрів з різних дисциплін, зокрема і фахівців зі зв'язків з громадськістю. Сьогодні перший крок до цього на рівні усієї системи вищої освіти зроблено – ухвалено Закон України «Про вищу освіту», який покликаний демократизувати освітню сферу і зробити її більш конкурентоздатною. Через те, що Україна зараз переживає кардинальні зміни в економічній і соціальній сферах перед державою постають нові виклики 21 ст. [1], зокрема, такі як вміння навчити і підготувати нові якісні кадри PR. Нинішні підходи до вивчення цього питання потребують широкого переосмислення всього того, що було досягнуто в галузі PR задля того, аби можна було визначити нові напрямки покращення і вдосконалення в підготовці фахівців зі зв'язків з громадськістю.

У зв'язку з демократизацією політичного, економічного та громадського життя в Україні виникла потреба в ефективних суспільних зв'язках, а відтак

потреба в формуванні і розвитку нової, якісної підготовки кадрів PR як галузі соціальної науки.

Якщо говорити про історичні аспекти розвитку PR як науки та виникнення в наслідок цього галузей професійної діяльності, то першими вченими, які зробили свій внесок у розвиток PR як професійної галузі в Україні були В. Королько [2], В. Різун [3], В. Іванов [4], Г. Почепцов [5]. Основна проблема в підготовці кваліфікованих кадрів зі зв'язків з громадськістю полягає в тому, що в нашій державі це питання практично не досліджувалось. Вітчизняний дослідник Березенко В. В. справедливо відзначає, що в Україні можна спостерігати певне відставання у науковому осмисленні феномену PR-спільноти як нової професійної групи в сучасному українському суспільстві [6]. Очевидним є те, що від темпів і якості формування відносно нової для вітчизняного ринку праці спільноти залежати ефективність її функціонування.

Проблема PR-освіти в нашій державі вимагає ретельного вивчення, адже підготовка фахівців з PR має певну специфіку. Фахівці зі зв'язків з громадськістю повинні мати досить широкий спектр знань, тому що їхня праця дуже часто буває нелінійною, неординарною і потребує специфічних навичок та вмінь. Нинішнє інформаційне протистояння з Російською Федерацією це зайвий раз підтверджує. Завдання щодо визначення шляхів і способів підготовки спеціалістів з PR ускладнюється навіть тим, що спеціалісти зі зв'язків з громадськістю можуть обіймати різні посади і виконувати різні функції, починаючи від технічної рутинної роботи і закінчуючи високими управлінськими посадами. Використовуючи підхід Г. Л. Тульчинського [7], можна визначити основні функції та знання фахівця зі зв'язків з громадськістю, а саме:

- виявлення груп, організацій, інстанцій, осіб, у підтримці та взаєморозуміння яких потребує або потребуватиме організації, установа тощо;
- моніторинг ЗМІ та громадської думки;
- розробка програм та стратегій інформування і взаємодії з компонентами і адресатами соціального середовища установи;

- встановлення, підтримка і розвиток необхідних контактів, взаємозв'язків і відносин;
- підготовка та публікація необхідних інформаційних матеріалів, статей і т.д. для зовнішнього та внутрішнього використання фірми;
- система інформування громадськості із використанням ЗМІ, професійних видань, особисті контакти з журналістами та видавцями;
- організація підготовки фото-кіно-відео-матеріалів, фільмів, мультимедіа;
- підготовка та проведення прес-конференцій, виставок, демонстрацій, урочистих засідань, презентацій, прийомів;
- спічрайтинг і персональне вміння виступати публічно;
- організовувати проведення опитувань, контент-аналізу інформаційних матеріалів і документів, брати і давати інтерв'ю, вести перемовини, збирати необхідну інформацію різними методами.

Як ми бачимо, спектр знань, якими повинен володіти PR-спеціаліст, дійсно широкий. Саме тому PR-освіта вимагає ретельного дослідження специфіки цієї професійної діяльності на державному рівні. Варто погодитися з позицією В. Мойсєєва, що «участь PR-фахівців у ситуаціях, перебіг яких залежить від громадської думки, настрою чи намірів партнерів, часто забезпечує прямий політичний або економічний ефект. Тим-то уряди, підприємства (організації) не можуть здійснювати успішну діяльність без співробітництва з громадськістю, і це стимулює розширення масштабів PR-індустрії» [8]. Як вже зазначалося вище, у питанні професійної підготовки спеціалістів в галузі PR виникає ціла низка проблем, які пов'язані із питаннями адаптації спеціалістів, які закінчили ВНЗ до сучасних умов ринку праці і виробленням нових якісних стандартів підготовки.

Аналізуючи праці вітчизняних та закордонних науковців, які досліджували проблеми підготовки фахівців зі зв'язків з громадськістю та детально вивчали складові цієї професії, можна виділити теоретичні розробки щодо походження самого поняття, його структури і функціонування. Так, науковці В. Королько [9], В. Мойсєєв [8] першими запропонували «Концепцію

прикладних аспектів використання зв'язків з громадськістю», В. Різун [3], Г. Почепцов [5], В. Королько [9], Є. Тихомирова [10], А. Чумиков [11] - теорію сучасної ідеології зв'язків із громадськістю, а В. Королько, О. Некрасова [2], В. Іванов, О. Дудко [4] першими запропонували принципи взаємодії зв'язків з громадськістю як інституту що співпрацює з іншими інститутами. Щодо зарубіжних вчених, то тут слід відзначити праці Скотта М. Катліпа [12], який запропонував різні методи підвищення ефективності PR-освіти. Проаналізувавши ситуацію, що склалася на вітчизняному ринку освіти, можна зробити певні узагальнення щодо тих проблем, які стоять на шляху до підвищення рівня професійної освіти за фахом «Зв'язки з громадськістю» в нашій державі. Потрібно відзначити, що проблеми, які постають перед Україною в підготовці кадрів з PR, є практично такими самими, як і у інших держав по всьому світу. Ось що з цього приводу стверджує Ярина Ключковська, голова правління UAPR, генеральний директор Nords PR Ukraine: «Ця професія ще не остаточно сформувалася: не досліджені з наукової точки зору її місце і роль у соціально-стратифікаційних структурах суспільства, відсутні будь-які наукові критерії та принципи діяльності, стандарти освіти, показники ефективності» [13]. Такий самий погляд на ситуацію має і Мирослав Когут, член Чартерного інституту PR у Лондоні, член-засновник Української асоціації PR, віце-президент Romyr&Associates Ukraine Ltd. Він стверджує, що PR перебуває на стадії розвитку і формування не тільки в Україні а й навіть у інших, передових державах [13]. Академічні програми курсу «Зв'язки з громадськістю» з'явилися приблизно у восьмидесятих роках минулого сторіччя, отже, є досить молодими. Саме через це питання, що викладати, як викладати та хто повинен навчати майбутніх фахівців з PR, залишаються відкритими [13]. Як вважає вчений А. Кривоносов, українській PR має схожі з іншими пострадянськими державами проблеми [14].

Ще однією важливою проблемою є те, що в Україні готувати фахівців-бакалаврів зі зв'язків з громадськістю почали лише з 2007 р., а за рівнями підготовки "спеціаліст" і "магістр" - тільки з 2010 р. Отже, вагомого внеску в розвиток підготовки кадрів за спеціальністю «Реклама та зв'язки з

громадськістю» наша держава зробити ще не встигла. Менше з тим, в нашій державі існують школи, які готують фахівців зі зв'язків з громадськістю та проводять курси підвищення кваліфікації. Але підготовка такого виду проводиться не на підставі акредитації, а за наданням тимчасових ліцензій. Цей факт позначається на розвитку PR освіти в Україні скоріше негативно, ніж позитивно, оскільки при цьому страждає якість освіти. Та головною проблемою, на думку автора статті, є те, що відсутнє якісне наповнення навчальних планів за спеціальністю «Зв'язків з громадськістю». Оскільки в нашій державі спеціалістів з PR почали готувати тільки сім років тому, то очевидно, що немає розроблених моделей PR-освіти, відсутні методики і технології викладання. Задля того, аби підвищувався освітній рівень спеціальності, проблема повинна вивчатися з усіх боків, повинні проводитися семінари, круглі столи і т. ін. Та нажаль, в нашій державі питання щодо змісту та методики навчання за спеціальністю PR поки практично не підіймалося. Березенко В.В. з цього приводу каже: «В Україні популярною є практика застосування не вітчизняного, а зарубіжного досвіду викладання PR-дисциплін, «і в цьому немає нічого поганого, якщо дотримуватися кращих міжнародних стандартів такої освіти. В гіршому випадку (особливо в комерційних школах і на курсах підвищення кваліфікації) виходить еkleктичне, довільне поєднання елементів маркетингу, реклами, журналістики, окремих комунікаційних технологій (аж до нейролінгвістичного програмування), за принципом «що є під руками» (залежно від того, кого з числа тренерів, коучерів, викладачів вдалося знайти і залучити)» [9].

Через те що PR, так як і інші наукові дисципліни, зараз дуже швидко розвивається, то доцільно було б запроваджувати підвищення фахової кваліфікації, яке було б максимально наближеним до світових стандартів. За кордоном також існує практика видання різних спеціальних видань, тобто видань які б були присвячені певній галузі, в нашому випадку спеціалізованих PR видань. При інститутах та університетах, де відкриті спеціальності "Зв'язки з громадськістю", потрібно проводити певні дослідження як в галузі PR в цілому, так в галузі PR-освіти зокрема.

Також в нашій державі існують проблеми з кадровим забезпеченням PR-освіти: ті, хто викладають зв'язки з громадськістю є за фахом істориками, маркетологами, журналістами, економістами, які просто освоїли певний предмет і тепер його викладають. Чому ті, хто мають практичний досвід, не йдуть викладати, питання зовсім іншого характеру, і на нього немає однозначної відповіді.

У зв'язку з тим, що у професійну сферу паблік рилейшнз ідуть працівники іншого фаху, а сама практика постійно збагачується і змінюється, то особливого значення набуває потреба розподілу системи підготовки працівників для сфери паблік рилейшнз на дві частини: на систему базової підготовки у спеціальних навчальних закладах та на систему постійної перепідготовки піарників, які вже практикують [9].

Ще однією важливою складовою проблеми є те, що в державі немає бажання розвивати паблік рилейшнз як галузь, якої можна навчати, і яка буде приносити користь. Потрібно якісно і докорінно переглянути навчальні плани, за якими проводиться підготовка фахівців - піарників. Очевидно, що в державі повинні бути напрацьовані єдині норми та вимоги до науки піару.

Необхідним елементом, на нашу думку, є практичне навчання під час підготовки. Саме практика дає змогу найкраще освоїти професію. Так, викладачі повинні пояснювати всі тонкощі професії включаючи поняття «сірого» і «чорного» піару та поняття інформаційних воєн.

Суспільство, в якому освіта стає справжнім капіталом і головним ресурсом, висуває нові, притому жорсткі вимоги до підготовки фахівців у сенсі їх освітньої відповідності потребам демократизації суспільства в Україні. Дуже важливо сформулювати такий підхід до викладання, щоб викладач не просто передавав знання, а підштовхував тих, хто навчається, до саморозвитку і виховання необхідних для професії якостей, таких як креативність, обізнаність тощо. Це можна вважати методологічною основою розвитку та функціонування сучасної вітчизняної системи професійної PR-освіти. Суспільству слід усвідомити те, що цінність знань полягає в тому що б вміти їх використати та в тому що б мати певні здібності які є унікальними або хоча б рідкісними. Таким

чином зовсім не достатньо нагромаджувати лише багаж теоретичних знань, а знати практику і виховувати в собі необхідні для професії якості що було сказано вище.

Також важливим аспектом є стимулювання інноваційної діяльності, але через низький рівень фінансування в нашій державі фактично не проводяться наукові роботи. Сучасний ринок праці вимагає від фахівця в галузі зв'язків з громадськістю не лише глибоких теоретичних знань, а й вміння самостійно застосовувати знання в нестандартних ситуаціях, що дасть можливість вийти на якісно новий рівень освіти. В наш час PR досить динамічно розвивається в Україні. Це можна сказати про всі його види. Спеціалісти зі зв'язків з громадськістю є все більш затребуваними на ринку праці, оскільки PR в наш час проник в усі куточки життя суспільства. Саме через це спеціалісти зі зв'язків з громадськістю все вище підіймаються щаблями соціального руху и соціуму загалом. До думок PR працівників прислухаються всі ланки влади, приватний бізнес і всі сфери впливу людей. Обов'язковим стало мати в штабі людину, яка відповідає за зв'язки з громадськістю і таким чином лобіює інтереси тих чи інших суб'єктів перед спільнотою. На даному етапі ми повинні діяти на випередження. Навчальні плани, які були запроваджені в Україні з самого початку, вже давно застаріли, саме тому наша задача розробити якісно нові освітні моделі задля підвищення якості освіти фахівців зі зв'язків з громадськістю.

Якщо уявити собі ідеальну модель розвитку подій, то необхідним видається хоча б приблизний прогноз на майбутнє. Тобто, за рахунок аналізу ситуації, різного виду моніторингу та інших засобів хоча б частково спрогнозувати, якою повинна бути PR освіта в майбутньому. Це дасть нам змогу мати цілісну картинку напрямку руху.

Висновки:

1) Сучасна освіта з фаху «Зв'язки з громадськістю» має низку недоліків, серед яких невідповідність отриманої кваліфікації професійним вимогам ринку праці, дефіцит кваліфікованого професорсько-викладацького

складу навіть при наявній кількості кандидатів та докторів наук, низька зацікавленість держави в питанні підготовки кадрів зі зв'язків з громадськістю.

2) Необхідним елементом, на нашу думку, є практичне навчання під час підготовки. Саме практика дає змогу найкраще освоїти професію.

3) Необхідний такий підхід до викладання, щоб викладач не просто передавав знання, а підштовхував їх, до навчання, саморозвитку та виховання необхідних для професії якостей таких як креативність, обізнаність тощо.

4) Через те, що ми живемо в світі, який з кожним днем розвивається, все швидше, ми повинні діяти на випередження. Це означає, що ті учбові плани, які були запроваджені в Україні з самого початку, вже давно застаріли, саме тому наша задача розробити якісно нові освітні моделі за для підвищення якості освіти спеціалістів зі зв'язків з громадськістю.

Перспективи розвитку даної теми. Можна вважати дану тему досить перспективною, оскільки в наслідок тотальної глобалізації та інформатизації світ стає все більш відкритим для комунікативних, бізнес та політичних зв'язків. Як наслідок з'являється необхідність в лобіюванні та просуванні інтересів тієї чи іншої держави, людини, продукту, на ринку послуг.

Україна зараз перебуває в стані війни з Росією і так само як військові дії ведуться по всьому фронту військових дій, вони ще мають своє відображення в інформаційному просторі. Це явище називається «інформаційна війна», яку нажалі наша держава програє. Це означає що Україна протягом всіх років незалежності не займалась формуванням свого іміджу та не намагалась зайняти свою нішу в інформаційному просторі. Зараз, в Україні задіяні та мобілізовані всі державні установи які відповідають саме за просування іміджу України в світовому інформаційному просторі. Як наслідок коли Україна буде мати привабливий імідж, внутрішні, комерціалізовані структури також будуть потребувати PR-просування. Тут якраз і з'являється потреба в підготовці кадрів цієї галузі, тому перспективи розвитку PRу в Україні досить потужні а з ними і перспективи в підготовці нових, молодих, кваліфікованих особистостей які будуть рухати вперед цей напрямок в нашій державі.

Список використаної літератури

1. *Проект* Національної стратегії розвитку освіти в Україні на 2012–2021 роки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: mon.gov.ua/images/files/10.../3%20var.doc.
2. *Королько В. Г.* Паблік рилейшнз: проблеми образования (международный опыт и украинские реалии) / В. Г. Королько, О. В. Некрасова // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2004. – № 2. – С. 169–184.
3. *Різун В.* Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій / Наук. стор. проф. Володимира Різуна] // Ін-т журналістики: – К., 2011. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_me to dologiyi.pdf](http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf).
4. *Журналістика* в піарі та піар у журналістиці / упоряд.: В. Ф. Іванов, О. С. Дудко. – К. : Грамота, 2010. – 288 с.
5. *Почепцов Г. Г.* Паблік рилейшнз для профессионалов / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-Бук ; Ваклер, 2005. – 640 с.
6. *Березенко В. В.* Проблеми вдосконалення профпідготовки спеціалістів з PR / В. В. Березенко // Інформаційне суспільство – Вип. 17, 2013. – С. 31–35.
7. *Тульчинский Г. Л.* PR фирмы: технология и эффективность // Г. Л. Тульчинский – С.-Петербург : Алетейя, 2000. – 304 с.
8. *Мойсєєв В. А.* Паблік рилейшнз : навч. посіб. / В. А. Мойсєєв. – К. : Академвидав, 2007. – 224 с.
9. *Королько В. Г.* Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : підручник для студ. вищ. навч. заклад. / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. – К. : Вид-во «Києво-Могилянська академія», 2009. – 831 с.
10. *Тихомирова Є. Б.* Зв'язки з громадськістю : навч. посіб. / Є. Б. Тихомирова. – К. : НМЦВО, 2001. – 560 с.
11. *Чумиков А. Н.* Связи с общественностью : учеб. пособ. для студ. управленч. спец. вузов / А. Н. Чумиков. – М. : Дело, 2001. – 296 с.

12. *Катлип Скотт М.* Паблік рилейшнз. Теория и практика : учеб. пособ. / Скотт М. Катлип, Аллен Х. Сентер, Глен М. Брум ; [пер. с англ.]. – М. : ИД «Вильямс», 2008. – 624 с.

13. Круглий стіл "Вітчизняна PR-освіта: реалії, проблеми, перспективи" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://iib.com.ua/ua/novosti-mib/item/2766-krugliy-stil-vitchiznyana-pr-osvita-realiyi-problemi-perspektivi.html>

14. *Кривоносов А. А.* Опыт анализа истории европейского PR // Петербургская школа PR: от теории к практике : сб. ст. – С.Пб. : Розамира, 2003.— Вып. 1. — С. 61.